

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>14</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	14
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	14
2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	15
2.1.3 Pemasaran Jasa.....	17
2.1.4 Bauran Pemasaran Jasa.....	19
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	52
2.1.6 Hubungan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
2.1.7 Kajian Penelitian Terdahulu.....	71
2.2 Kerangka Pemikiran.....	73
2.3 Hipotesis.....	82

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>83</b>
3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	83
3.2 Jenis dan Metode Penelitian.....	83
3.2.1 Jenis Penelitian.....	83
3.2.2 Metode Penelitian.....	84
3.3 Populasi dan Sampel.....	85
3.3.1 Populasi.....	85
3.3.2 Sampel.....	85
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	87
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	92
3.5.1 Sumber Data.....	92
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	93
3.6 Rancangan Pengujian Validitas dan Realibilitas.....	93
3.6.1 Uji Validitas.....	93
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	96
3.7 Teknik Analisis Data.....	97
3.7.1 Method of Successive Interval.....	98
3.7.2 Analisis Korelasi.....	99
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi.....	100
3.7.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	101
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	103
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>106</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	106
4.1.1 Sejarah Singkat RM. Ayam Goreng Suharti.....	106
4.1.2 Lokasi RM. Ayam Goreng Suharti.....	107
4.2 Karakteristik Responden.....	108
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	108
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	109

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	110
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	111
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tinggal.....	113
4.2.6 Karakteristik Responden Dalam Memperoleh Informasi Mengenai Rumah Makan Ayam Goreng Suharti.....	114
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Sudah Menjadi Konsumen RM. Ayam Goreng Suharti.....	115
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Cara Pembelian.....	117
4.2.9 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Rutinitas Pembelian.....	118
4.3 Gambaran Umum Variabel Penelitian.....	119
4.3.1 Deskripsi Variabel Bauran Pemasaran jasa.....	119
4.3.2 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	158
4.2 Koefisien Korelasi.....	171
4.2.1 Hubungan Produk ( $X_1$ ) Dengan Keputusan Pembelian (Y).....	171
4.2.2 Hubungan Harga ( $X_2$ ) Dengan Keputusan Pembelian (Y).....	172
4.2.3 Hubungan Promosi ( $X_3$ ) Dengan Keputusan Pembelian (Y).....	174
4.2.4 Hubungan <i>Place</i> ( $X_4$ ) Dengan Keputusan Pembelian (Y).....	175
4.2.5 Hubungan Orang ( $X_5$ ) Dengan Keputusan Pembelian (Y).....	176
4.2.6 Hubungan Proses ( $X_6$ ) Dengan Keputusan Pembelian (Y).....	177
4.2.7 Hubungan Korelasi Bukti Fisik ( $X_7$ ) Dengan Keputusan Pembelian (Y).....	179
4.3 Koefisien Determinasi (R-Square).....	180
4.4 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	181
4.5 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	183
4.6 Model Persamaan Regresi Pengaruh Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ), <i>Place</i> ( $X_4$ ), Orang ( $X_5$ ), Proses ( $X_6$ ), dan Bukti Fisik ( $X_7$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	185
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	187

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>192</b>
5.1 Kesimpulan.....	192
5.2 Saran.....	193

DAFTAR PUSTAKA  
RIWAYAT PENULIS  
LAMPIRAN

### DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Potensi Rumah Makan/Restoran/Bar Berijin di Kota Bandung Tahun 2011.....	3
Tabel 1.2	Klasifikasi Restoran Berdasarkan Jenisnya di Kota Bandung Tahun 2008.....	5
Tabel 1.3	Jumlah Pengunjung R.M Ayam Goreng Suharti di Kota Bandung Per-bulan Periode September 2010-Februari 2011.....	6
Tabel 2.1	Bauran Pemasaran Jasa.....	20
Tabel 2.2	Empat Langkah Penentuan Lokasi.....	43
Tabel 2.3	Elemen-Elemen Bukti Fisik.....	51
Tabel 2.4	Kajian Penelitian Terdahulu.....	71
Tabel 3.1	Rata-Rata Jumlah Pembeli di Rumah Makan Ayam Goreng Suharti Kota Bandung.....	85
Tabel 3.2	Sampel Tiap Cabang.....	87
Tabel 3.3	Operasional Variabel.....	88
Tabel 3.4	Jenis dan Sumber Data.....	92
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	95
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas.....	97
Tabel 3.7	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	100
Tabel 3.8	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi	

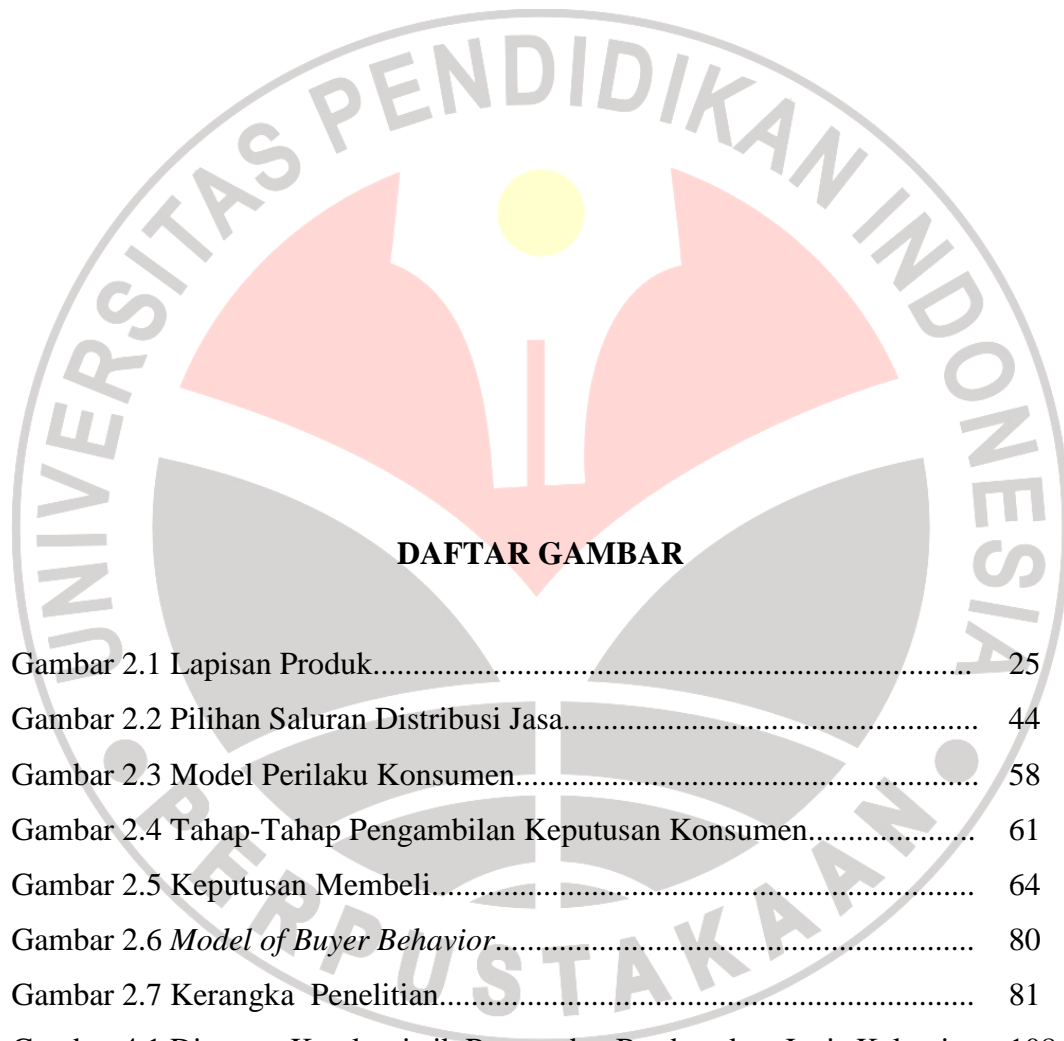
	(Guilford).....	101
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	108
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	109
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	110
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	111
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tinggal.....	113
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Dalam Memperoleh Informasi Mengenai Rumah Makan Ayam Goreng Suharti.....	114
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Sudah Menjadi Konsumen RM. Ayam Goreng Suharti.....	116
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Cara Pembelian.....	117
Tabel 4.9	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Rutinitas Pembelian.....	118
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Kelezatan Makanan Yang Ditawarkan RM. Ayam Goreng Suharti.....	120
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Kebersihan Makanan Yang Ditawarkan RM. Ayam Goreng Suharti.....	121
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Variasi Makanan Yang Ditawarkan RM. Ayam Goreng Suharti.....	122
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Aroma Makanan Yang Ditawarkan RM. Ayam Goreng Suharti.....	123
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Penampilan Makanan Yang Ditawarkan Sama Dengan Yang Disajikan.....	124
Tabel 4.15	Variabel Produk.....	125
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harga Yang Ditawarkan RM. Ayam Goreng Suharti Dengan Produk.....	127
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harga Yang Ditawarkan RM. Ayam Goreng Suharti Dengan Pelayanan.....	128

Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Harga Yang Ditawarkan RM. Ayam Goreng Suharti Dengan Jumlah Porsi Menu.....	129
Tabel 4.19	Variabel Harga.....	130
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Media Promosi Yang Digunakan RM. Ayam Goreng Suharti.....	132
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Melihat dan Memahami Informasi Pada Media Informasi.....	133
Tabel 4.22	Variabel Promosi.....	134
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Mengenai Letak Lokasi RM. Ayam Goreng Suharti.....	136
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Untuk Mendapatkan Produk RM. Ayam Goreng Suharti.....	137
Tabel 4.25	Variabel <i>Place</i> .....	138
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Mengenai Kesopanan Karyawan/i di RM. Ayam Goreng Suharti.....	140
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Karyawan/i dalam Melayani Tamu di RM. Ayam Goreng Suharti.....	141
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Mengenai Pengetahuan Karyawan/i Mengenai Produk Yang Ditawarkan RM. Ayam Goreng Suharti.....	142
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Daya Tanggap Karyawan/i Dalam Menangani Keluhan Tamu.....	143
Tabel 4.30	Variabel Orang ( <i>people</i> ).....	144
Tabel 4.31	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Prosedur Pemesanan.....	146
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Proses Pelayanan...	147
Tabel 4.33	Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan Proses	

	Penambahan Pesanan.....	148
Tabel 4.34	Variabel Proses.....	149
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Mengenai Kenyamanan Selama Berada di RM. Ayam Goreng Suharti.....	151
Tabel 4.36	Tanggapan Responden Mengenai Kelengkapan Sarana dan Prasarana di RM. Ayam Goreng Suharti.....	152
Tabel 4.37	Tanggapan Responden Mengenai Kebersihan Area RM. Ayam Goreng Suharti.....	153
Tabel 4.38	Variabel Bukti Fisik.....	154
Tabel 4.39	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bauran pemasaran Jasa Pada RM. Ayam Goreng Suharti.....	156
Tabel 4.40	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk.....	159
Tabel 4.41	Tanggapan Responden Mengenai Produk RM. Ayam Goreng Suharti Sesuai Dengan Keinginan Saat Akan Membeli.....	160
Tabel 4.42	Tanggapan Responden Mengenai Keunikan Rasa Produk RM. Ayam Goreng Suharti.....	161
Tabel 4.43	Tanggapan Responden Mengenai Kebiasaan Membeli Produk RM. Ayam Goreng Suharti.....	162
Tabel 4.44	Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan Terhadap Produk RM. Ayam Goreng Suharti.....	163
Tabel 4.45	Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Untuk Menjangkau Atau Membeli Produk RM. Ayam Goreng Suharti.....	164
Tabel 4.45	Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Pembelian Produk RM. Ayam Goreng Suharti.....	165
Tabel 4.46	Tanggapan Responden Mengenai Waktu Pembelian Produk RM. Ayam Goreng Suharti.....	166
Tabel 4.47	Tanggapan Responden Mengenai Jumlah Pembelian Produk RM. Ayam Goreng Suharti.....	167

Tabel 4.48	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	169
Tabel 4.49	Output Korelasi antara Produk Terhadap Keputusan Pembelian..	172
Tabel 4.50	Output Korelasi antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian....	173
Tabel 4.51	Output Korelasi antara Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	174
Tabel 4.52	Output Korelasi antara <i>place</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	175
Tabel 4.53	Output Korelasi antara Orang Terhadap Keputusan Pembelian....	177
Tabel 4.54	Output Korelasi antara Proses Terhadap Keputusan Pembelian...	178
Tabel 4.55	Output Korelasi antara Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pembelian.....	179
Tabel 4.56	Output Korelasi antara Bauran Pemasaran Jasa Dengan Keputusan Pembelian Untuk Koefisien Determinasi.....	180
Tabel 4.57	Output Uji t.....	181
Tabel 4.58	Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	182
Tabel 4.59	Output Hasil Uji F.....	184
Tabel 4.60	Output Persamaan Regresi.....	186





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lapisan Produk.....	25
Gambar 2.2 Pilihan Saluran Distribusi Jasa.....	44
Gambar 2.3 Model Perilaku Konsumen.....	58
Gambar 2.4 Tahap-Tahap Pengambilan Keputusan Konsumen.....	61
Gambar 2.5 Keputusan Membeli.....	64
Gambar 2.6 <i>Model of Buyer Behavior</i> .....	80
Gambar 2.7 Kerangka Penelitian.....	81
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	108
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	109
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	110
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	112
Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	

Tinggal.....	113
Gambar 4.6 Diagram Karakteristik Responden Dalam Memperoleh Informasi Mengenai Rumah Makan Ayam Goreng Suharti.....	115
Gambar 4.7 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Sudah Menjadi Konsumen RM. Ayam Goreng Suharti.....	116
Gambar 4.8 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Cara Pembelian.....	117
Gambar 4.9 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Rutinitas Pembelian.....	118
Gambar 4.10 Garis Kontinum Variabel Produk Pada RM. Ayam Goreng Suharti Kota Bandung.....	126
Gambar 4.11 Garis Kontinum Variabel Harga Pada RM. Ayam Goreng Suharti Kota Bandung.....	131
Gambar 4.12 Garis Kontinum Variabel Promosi Pada RM. Ayam Goreng Suharti Kota Bandung.....	135
Gambar 4.13 Garis Kontinum Variabel <i>place</i> Pada RM. Ayam Goreng Suharti Kota Bandung.....	139
Gambar 4.14 Garis Kontinum Variabel Orang ( <i>People</i> ) Pada RM. Ayam Goreng Suharti Kota Bandung.....	145
Gambar 4.15 Garis Kontinum Variabel Proses Pada RM. Ayam Goreng Suharti Kota Bandung.....	150
Gambar 4.16 Garis Kontinum Variabel Bukti Fisik Pada RM. Ayam Goreng Suharti Kota Bandung.....	155
Gambar 4.17 Garis Kontinum Bauran Pemasaran Jasa Pada RM. Ayam Goreng Suharti Kota Bandung.....	158
Gambar 4.18 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian Pada RM. Ayam Goreng Suharti Kota Bandung.....	171

